

DE 198 34 842

L2 ANSWER 1 OF 1 WPINDEX (C) 2002 THOMSON DERWENT
AN 2000-162141 [15] WPINDEX
DNN N2000-120955
TI Vending system including e.g. terminal and hand-held barcode scanner,
offers customer surrogate goods for selection in store, then delivers real
wares on completion of fully electronic transaction.
DC P27 T01 T05
IN GELFERT, D; WUENSCH, D
PA (MEIS-N) MEISSENER NACHRICHTENTECHNIK GMBH
CYC 1
PI DE 19834842 A1 20000203 (200015)* 5p A47F010-02 <--
ADT DE 19834842 A1 DE 1998-19834842 19980801
PRAI DE 1998-19834842 19980801
IC ICM A47F010-02
ICS G07F007-08

Abstract

NOVELTY - The vending system offers customer surrogate goods for selection in store and then delivers real wares on completion of fully electronic transaction.

DETAILED DESCRIPTION - The outlet displays priced, barcoded surrogate wares to the customer, who preselects using a hand scanner. The scanner data is downloaded into a terminal, allowing the customer to correct the selection, specify numbers of individual goods and to obtain an updated summary. The list is verified against stocks. Address and preferred delivery times are entered. After card payment, a receipt is given. Appropriate point-of-sale hardware is included. The order is relayed to dispatch, where goods are assembled and prepared. In-house or external resources soon deliver goods to customer.

USE - A fully electronic, in-store sales system, with delivery.

ADVANTAGE - The system automates sales, relieving the customer of the need to transport the goods in the store, or outside it. Transactions are fully electronic up to the point of assembling the goods in the dispatch department.

Dwg.0/0

THIS PAGE BLANK (USPTO)



DEUTSCHES
PATENT- UND
MARKENAMT

12 Offenlegungsschrift
10 DE 198 34 842 A 1

51 Int. Cl. 7:
A 47 F 10/02
G 07 F 7/08

21 Aktenzeichen: 198 34 842.8
22 Anmeldetag: 1. 8. 1998
43 Offenlegungstag: 3. 2. 2000

Vortage	Ablage	71595
Haupttermin		
Eing.: 15. FEB. 2001		
PA: Dr. Peter Riebling		
Bearb.:	Vorgel.:	

71 Anmelder:
Meißener Nachrichtentechnik GmbH, 01662
Meißen, DE

72 Erfinder:
Wünsche, Dietmar, Dr., 01109 Dresden, DE; Gelfert,
Detlef, 01662 Meißen, DE



Die folgenden Angaben sind den vom Anmelder eingereichten Unterlagen entnommen

54 Verkaufssystem

57 Technisches Problem der Erfindung
Ein großer Teil der im Einzelhandel angebotenen Waren wird selten gekauft, muß aber insbesondere bei Komplettanbietern wie Kaufhäuser, Baumärkte usw. im Angebot sein. Diese Produkte verursachen hohe Kosten und Risiken für Kapitalbindung, Ladenflächen, Auspreisung, Lagerung usw. Geschäfte in Fußgängerzonen und Stadtzentren haben das Problem, daß sich wegen fehlender Parkmöglichkeiten der Umsatz in Richtung peripherer Einkaufszentren verlagert.

Lösung des Problems

Die Erfindung betrifft ein Verkaufssystem zum Verkauf und zur Auslieferung von Produkten. Der Kunde trifft in einem Musterladen eine Vorauswahl mit einem tragbaren Barcode-Scanner und eine endgültige Auswahl und bezahlt mit einer Geld- bzw. Kreditkarte an einem Terminal. Mittels Datenaustausch wird die Bestellung an eine Versandabteilung der Kette bzw. des Großhandels übermittelt, von dieser konfektioniert und dem Kunden angeliefert.

Anwendungsgebiet

Das Verkaufssystem ist vorrangig für Komplettanbieter (Warenhäuser, große Fachmärkte, Baumärkte usw.) und für Einzelhandelsgeschäfte in Stadtzentren und Fußgängerzonen vorgesehen.

DE 198 34 842 A 1

DE 198 34 842 A 1

Beschreibung

Gegenwärtig dominieren im Einzelhandel folgende Vertriebskonzepte

- Verkauf im Ladengeschäft
- Versandhandel
- Direktvertrieb
- Internet-Shopping (electronic bussines)

Alle diese Vertriebskonzepte haben Vor- und Nachteile und besetzen mehr oder weniger große Marktsegmente. Um das Wesen des erfindungsgemäßen Verkaufssystems besser zu veranschaulichen, werden in Kurzform Vor- und Nachteile dieser o.g. konventionellen Vertriebssysteme untersucht.

a) Verkauf im Ladengeschäft

Vorteile

- unmittelbare Kontakte Verkäufer-Käufer und Kunde-Ware
- Waren können durch den Kunden direkt begutachtet und probiert werden
- Erlebniswert "Einkauf"
- Vertrauensverhältnis des Kunden zum Ladengeschäft bzw. Verkäufer
- unkomplizierte Reklamationen

Nachteile

- große Lagerbestände im Einzelhandel und damit Kapitalkosten, Verschlechterung der Liquidität, Risiken

- hohe Kosten für Verkaufs- und Lagerfläche, Personalkosten, Diebstahl

- Kunde muß Einkauf selbst nach Hause tragen, dadurch geringer durchschnittlicher Umsatz pro Kunden, wenn diese mit ÖPNV ins Stadtzentrum bzw. in Fußgängerzonen fahren (< 10% des Umsatzes eines Autofahrers).

- hohe Risiken des Handels bei Einführung neuer Produkte

- Ein großer Teil des Sortiments wird bei Komplettanbietern (Kauthäuser, Baumärkte, Fachgroßmärkte ...) nur selten gekauft. Dies hat lange Umschlagszeiten zur Folge.

b) Versandhandel

Vorteile

- geringere Umlaufmittelbindung, Bestellung aus Katalogen
- geringeres Risiko bezüglich Bestände

Nachteile

- Preisbindung während Kataloglaufzeit
- ungenügende Produktpräsentation, Waren können durch die Kunden nicht unmittelbar begutachtet und probiert werden
- hohe Rücklaufquoten
- umständliche Bezahlung per Nachnahme

c) Direktvertrieb

Vorteile

- intensiver Kundenkontakt, günstig bei beratungsintensiven Produkten

Nachteile

- oftmals teuerste Vertriebsform
- keine Auswahl zwischen verschiedenen Produkten, nur ein Anbieter
- viele zwiespältige Direktvertriebsunternehmen

d) Einkauf im Internet (electronic bussines)

Vorteile

- bequem von zu Hause und zu jeder Tageszeit
- zunehmend mehr Angebote und z. T. Produktinformationen einholbar
- multimediale Produktinformationen möglich

Nachteile

- in allgemeinen schlechteste Produktpräsentation aller Vertriebsformen
- viele unbekannte und nicht vertrauenswürdige Anbieter, kein Vertrauensverhältnis zwischen Kunden und Verkäufer
- unsichere Rechtslage, Probleme bei Reklamationen

Die Nachteile des Einkaufs im Internet sind gegenwärtig so gravierend, daß euphorische Prognosen für diese Vertriebsform völlig fehl am Platz sind. Infolge dieser systemimmanenten Nachteile wird sich dieses Vertriebssystem zunächst auf eine relativ kleine Marktnische beschränken.

Um die angeführten Nachteile und Probleme dieser o.g. Vertriebssysteme zu minimieren, gab es verschiedene innovative Ansätze:

In DE 41 34 872 wird ein Kauthaus beschrieben, in dem die Waren im Verkaufsraum nur als Muster präsentiert werden. Der Kunde wählt aus diesen Mustern u. U. unter Verwendung von technischen Hilfsmitteln seine Einkaufswünsche aus. Über eine Datenleitung werden diese Bestellungen an ein Warenlager im gleichen Haus übermittelt. Der Kunde muß seinen Einkauf im Warenlager abholen. Einziger und auch angestrebter positiver Aspekt ist die Reduzierung von Ladendiebstählen. Nachteil dieses Kaufhauses für Kunden und Unternehmen ist das Mißverhältnis zwischen Aufwand und Nutzen und die Nichtpraktikabilität.

In DE 42 17 045 wird ein System zum Verkauf von Waren beschrieben, bei dem sich ein Musterladen z. B. im Stadtzentrum befindet und das Auslieferungslager am Stadtrand. Beide sind mit einer Datenleitung verbunden. Diese Idee wurde aber nicht zu Ende gedacht und weist deshalb gravierende Nachteile auf. Es ist einem Kunden nicht zuzumuten, daß er zuerst mit einem öffentlichen Verkehrsmittel ins Stadtzentrum fährt, um in einem Musterladen "einzukaufen", anschließend von zu Hause oder von einem Park-and-Ride-Parkplatz sein Auto holt und mit diesem zur "Warenausgabestation" am anderen Ende der Stadt fährt, um seine bestellte Ware abzuholen. Dies ist unlogisch, denn dann könnte der Autofahrer gleich in einem Einkaufszentrum am Stadtrand einkaufen. Dieses System ist also völlig unpraktikabel und verspricht in der Bilanz für Verkäufer und Kunden höhere Kosten und Zeitaufwände.

In DE 44 43 018 wird ein Verfahren zum Bestellen von

Waren aus einem Verkehrsmittel heraus beschrieben. Während der Benutzung eines Verkehrsmittels (Bahn, Bus, Flugzeug, Schiff ...) sollen per Computer Waren bestellt werden, die dann an einer Warenausgabestation am Zielort (Flugplatz, Bahnhof, Hafen ...) abgeholt werden können. Technisch gesehen ist dies ein abgerüstetes Internet Shopping. Das Verfahren ist aber extrem unpraktikabel, da dazu ein Netz von Warenausgabestationen mit zugehörigen Warenlagern an Flugplätzen, Bahnhöfen, Häfen usw. geschaffen werden muß. Selbst wenn diese aufwendige Infrastruktur geschaffen werden würde, sind keine großen Umsätze zu erwarten, da sich Reisende in öffentlichen Verkehrsmitteln nicht mit noch mehr Gepäck belasten wollen. Mit einer veränderten Rechtslage zu den Dutyfree-Shops entfällt ohnehin die angezielte Hauptanwendung. Auch für den Kunden ist dieses System extrem unpraktikabel. Man stelle sich nur vor, daß in einem voll belegten Flugzeug (Beispiel in DE 44 43 018) ein größere Anzahl von Fluggästen mit Personal-Computer, Laptop, Katalog und Scanner zu arbeiten beginnt. Wer solche Konzepte entwickelt hat offensichtlich noch nicht die Platzverhältnisse in einem Verkehrsflugzeug kennengelernt.

Bedingt durch die aufgeführten gravierenden Nachteile und die Unpraktikabilität konnten sich diese in Teilen durchaus innovativen Vertriebs- bzw. Verkaufssysteme nicht durchsetzen.

Das erfindungsgemäße Verkaufssystem hat deshalb das Ziel, die Vorteile des Ladenverkaufs mit denen des Versandhandels und des electronic bussines zu verbinden und die Nachteile zu minimieren. Erfindungsgemäß wird dies dadurch gelöst, daß in einem Ladengeschäft teilweise oder ausschließlich Warenmuster präsentiert werden. Das Verkaufssystem kann sinngemäß auch bei im Laden vorrätigen Waren eingesetzt werden, wenn der Kunde die Ware nicht mitnehmen, sondern angeliefert bekommen will. Diese Warenmuster sind mit einem Barcode und einer Preisauszeichnung versehen.

Beim Betreten des Geschäftes erhält der Kunden gegen einen Pfandbetrag einen kleinen tragbaren Barcode-Scanner mit einer Zehntastatur, einer kleinen Anzeige (z. B. Flüssigkeitskristall), einem Speicher, einer Stromversorgung mit Solarzelle und Akku usw. Beim Rundgang scannt der Kunde alle die Barcodes der Waren ein, für die er eine Vorauswahl trifft. Sollte das Scannen des Barcodes im Ausnahmefall versagen, kann die Produktnummer über die Tastatur eingegeben werden. Nach Beendigung des Rundganges wird der tragbare Barcode-Scanner an ein spezielles Terminal angeschlossen.

Auf dem Monitor des Terminals erhält der Kunde eine Gesamtübersicht zur getroffenen Vorauswahl, kann Korrekturen vornehmen, Stückzahlen variieren und den Gesamtpreis zur Kenntnis nehmen. Der Kunde kann mit Hilfe des Terminals Recherchen vornehmen, Zusatzinformationen zu den Produkten einholen, z. B. Bilder, technische Daten, Beschreibungen, Videosequenzen, Prüfberichte von Stiftung Warentest ... Ist der Kunde mit der Auswahl zufrieden, erfolgt im nächsten Schritt per Online eine Prüfung, ob die gewünschten Waren im Zentrallager vorhanden sind bzw. welche Lieferfristen bei Nichtverfügbarkeit zu erwarten sind. Der Kunde kann eventuelle Lieferfristen (über die Standardlieferfriste hinaus) akzeptieren oder die Bestellung stornieren. Jetzt erfolgt die Abfrage der Kundenadresse (Lieferadresse) und der gewünschten Anlieferzeit (Vorgabe von Optionen).

Als nächster Schritt erfolgt die Bezahlung der Bestellung mittels Magnet- oder Chipkarte (Scheckkarte, Geldkarte, Kreditkarte). Ist das Guthaben auf der Geldkarte bzw. dem Bankguthaben zu gering, erfolgt eine Meldung an den Kunden mit einer Aufforderung zur Korrektur der Bestellung.

Nach erfolgreicher Abbuchung erhält der Kunde den Ausdruck des Kaufvertrages. Die Bestellung wird per Datentransfer an ein zentrales Versandlager übermittelt. Die weitere Bearbeitung der Bestellung erfolgt wie in einem Versandhandelsunternehmen. Nach Zusammenstellung und Konfektionierung erfolgt die Anlieferung der bestellten Waren beim Kunden durch ein eigenes oder fremdes Logistikunternehmen.

Das erfindungsgemäße Verkaufssystem kann durch verschiedenen Ausführungsvarianten an die jeweiligen konkreten Situationen bzw. Anforderungen angepaßt werden, z. B. durch eine Recherchemöglichkeit für den Kunden am Terminal (Preisvergleiche ...), verschiedenen Treue- und Rabattsystemen, Kommunikationsmöglichkeiten mit einer Zentrale (Beschwerden, Hinweise, Auskünfte, Produktwünsche, Fragen an Fachleute ...), Legitimierung beim Kauf sehr wertintensiver Produkte durch "individuelle Unterschrift" usw. Eine Ausführungsvariante sieht eine Gültigkeitsprüfung der Geld-, Scheck- und Kreditkarten vor. Gesperrte Karten werden vom Terminal eingezogen. Dies erhöht die Sicherheit der Kunden im Falle eines Diebstahles oder Verlustes.

Bei mittelständischen Einzelhandelsunternehmen verändert sich der arbeitsteilige Prozeß mit dem Großhandel. Da es völlig absurd wäre, daß sich jedes kleinere und mittlere Einzelhandelsunternehmen eine eigene Versandabteilung zulegt, muß diese Aufgabe durch den Großhandel mit bewältigt werden. In der Konsequenz bedeutet dies, daß der Einzelhandel nicht mehr im Großhandel einkauft, sondern ähnlich wie ein Handelsvertreter Geschäfte vermittelt und dafür vom Großhandel eine Provision erhält. Dabei kann ein Einzelhandelsgeschäft durchaus mit mehreren Großhandelsunternehmen zusammenarbeiten.

Das erfindungsgemäße Verkaufssystem weist gegenüber den konventionellen und den o.g. "innovativen" Verkaufssystemen erhebliche Vorteile auf, von denen einige kurz umrissen werden sollen:

1. Die Umlaufmittelbindung in den Handelsunternehmen und damit die Kapitalkosten sinken und die Liquidität verbessert sich. Dies ist insbesondere vorteilhaft für sogenannte Komplettanbieter wie Kaufhäuser, Baumärkte, Fachgroßmärkte usw., die ein vollständiges Sortiment anbieten müssen. Ein großer Teil der Produkte wird aber nur sehr selten gekauft und deshalb nur in sehr großen Zeiträumen umgeschlagen. Diese selten gekauften Produkte (oft mehr als 75% des Sortiments) sind künftig nur noch als Muster präsentiert. Auch für mittelständische Einzelhandelsunternehmen ist die Senkung der Kapitalkosten, des Kapitaleinsatzes und eine Verbesserung der Liquidität oftmals von existenzieller Bedeutung. Das Risiko des Einzelhandels, am Bedarf vorbei eingekauft zu haben, sinkt enorm.
2. Ein weiteres lukratives Einsatzgebiet des erfindungsgemäßen Verkaufssystems sind Stadtzentren und Fußgängerzonen. Nach einer Statistik kaufen in diesen Gebieten Benutzer des ÖPNV trotz gleicher Kaufkraft weniger als 10% des Kaufvolumens pro Kunde als ein Autofahrer. Der Hauptgrund hierfür liegt (da gleiche Kaufkraft) in der Tatsache, daß es für die Kunden sehr unbequem ist, die gekauften Waren durch das ganze Stadtzentrum bzw. die Fußgängerzone und dann nach Hause zu schleppen. Durch die Anlieferung beim Kunden entfällt dieses Kaufhemmnis, so daß der Einzelhandelsumsatz in diesen Gebieten erheblich erhöht werden kann. Dies führt zur einer Revitalisierung der Stadtzentren und einer höheren Akzeptanz öffentlicher Verkehrsmittel.

3. Der Einzelhandel spart weiterhin erhebliche Kosten für Verkaufs- und Lagerflächen, Personal, Ladendiebstahle, Preism- und -auszeichnungen usw. Insgesamt liegt das Einsparpotential in Deutschland in Milliardenhöhe.

4. Das Risiko des Handels sinkt bei der Einführung neuer Waren in das Sortiment. Damit öffnen sich viele Chancen für innovative Produkte der Industrie, die bisher an der Leistungsbarriere gescheitert sind.

5. Der Versandhandel muß mit hohen Rücklaufquoten (ca. 40%) kämpfen, da die Kunden sich mit Hilfe des Kataloges nur ein ungenügendes Bild des Produktes machen konnten. Ein Einzug des Kaufpreises über Nachnahme ist zudem teuer und umständlich. Nicht selten werden fingierte Bestellungen getätigt, um den Empfänger eins auszuwischen. Alle diese Probleme des Versandhandels werden vermieden, da sich der Kunde im erfindungsgemäßen Verkaufssystem ein umfassendes Bild des Produktes machen kann, bevor er dies kauft. Die Bezahlung am Terminal bei Vertragsabschluß vermeidet ein teures, umständliches und langwieriges Einziehen des Kaufpreises über Nachnahme oder Rechnung. Sogenannte Scherzbestellungen werden dadurch minimiert bzw. vermieden, daß die bestellten Waren durch den Besteller selbst am Terminal bezahlt werden müssen, d. h. Bestellungen können nicht anderen Menschen untergeschoben werden.

6. Durch die Erfassung der gewünschten Anlieferungszeit am Terminal verringern sich die Fehlversuche bei der Anlieferung, was erhebliche Kosten einspart.

7. Der Zahlungsvorgang vereinfacht und beschleunigt die finanztechnischen Prozesse im Handel, was enorme Kosten spart und die Liquidität verbessert. Durch die Bargeldfreiheit der Zahlungsvorgänge verbessert sich die Sicherheitslage bei allen finanztechnischen Prozessen. Ein Vorteil für die Banken ist die Erhöhung der Akzeptanz der Geldkarte.

8. Bei Sicherung der Hygiene und der Kühlung im Versandsystem kann dieses Verkaufssystem auch im Bereich der Kaufhallen und Kaufmärkte im Food- und Nonfoodbereich angewendet werden. Es eignet sich insbesondere für Großeinkäufe am Wochenende, beim Kauf schwerer Waren, wie z. B. Getränkekisten, für Einkäufe behinderter und älterer Kunden.

9. Das Verkaufssystem eignet sich auch für Sonderaktionen.

Auch die Kunden haben viele Vorteile:

1. Ein Einkaufsbummel in Stadtzentren und Fußgängerzonen wird nicht durch Schlepperei der gekauften Waren belastet. Damit steigt der Erlebniswert Einkäufen erheblich an.

2. Man kann als Tourist, Dienstreisender usw. an anderen Orten einkaufen und bekommt die Ware zum gewünschten Zeitpunkt nach Hause oder den gewünschten Ort geliefert. Auf diese Weise sind beispielsweise auch Geschenksendungen möglich. Ein spezieller Verpackungsservice des Versandunternehmens (Geschenkverpackung) unterstützt dies.

3. Durch den geringeren Platz- und Kapitalbedarf kann der Handel ein umfangreicheres Sortiment anbieten. Da die Einstiegsschwelle für neue Produkte nicht mehr so hoch ist, können die Kunden mit einem sich schneller erneuerndem Sortiment rechnen.

4. Der Kunde kann zwischen verschiedenen Optionen zum Anlieferungstermin und -zeit wählen. Damit wer-

den jetzt häufig vorkommende Fehlversuche (Nichtantreffen) beim Anliefern vermieden. Die minimalen Lieferfristen betragen ca. 24 bis 48 Stunden.

5. Die Kunden können mit Hilfe des Terminals Recherchen (Produkt- und Preisvergleiche ...) durchführen und mit einer Zentrale bzw. einer Datenbank kommunizieren (Zusatzinformationen, Bilder, Videosequenzen, Prüfberichte der Stiftung Warentest, Betriebsanleitungen. ...).

Patentansprüche

1. Verkaufssystem und seine technischen Komponenten (Terminal, tragbarer Barcode-Scanner ...) zum Verkauf und Auslieferung von Produkten, gekennzeichnet durch folgende Merkmale:

a) In einem Ladengeschäft werden teilweise oder ausschließlich Waremuster präsentiert. Diese Muster sind ausgereist und mit einem Barcode versehen.

b) Der Kunde trifft mit einem tragbaren Gerät, welches mit einem Barcode-Scanner ausgerüstet ist, beim Rundgang im Geschäft eine Vorauswahl.

c) Nach Beendigung der Vorauswahl wird das tragbare Gerät an ein Terminal angeschlossen. Hier erhält der Kunde eine Übersicht über alle vorausgewählten Produkte und ihre Preise und den Gesamtpreis. Der Kunde korrigiert seine Vorauswahl, gibt die Stückzahlen ein und erhält eine aktuelle Übersicht.

d) Nach Bestätigung der Auswahl durch den Kunden wird eventuell On-Line geprüft, ob die gewählten Produkte im Versandlager vorrätig sind bzw. wie groß Lieferfristen sind. Nach Akzeptanz dieser Lieferfristen durch den Kunden erfolgt die Abfrage der Kundenadresse und gewünschter Anlieferungszeiten.

e) Nach Bezahlung der Bestellung mit einer Geld-, Scheck- bzw. Kreditkarte erhält der Kunde einen Ausdruck des Kaufvertrages.

f) Für die vorgenannten Funktionen verfügt das Terminal über einen Bildschirm, eine Anschlußstelle für das beschriebene tragbare Gerät (Barcode-Scanner), eine vandalensichere Tastatur, einen Drucker und eine Baugruppe zum Lesen und/oder Schreiben von Magnet- bzw. Chipkarten.

g) Die Bestellung wird über einen Datenübertragungsweg an ein Versandlager übertragen, dort zusammengestellt und konfektioniert und über ein eigenes oder fremdes Logistikunternehmen innerhalb kurzer Zeit beim Kunden angeliefert.

2. Verkaufssystem nach Anspruch 1, dadurch gekennzeichnet, daß nicht nur die ausgestellten Muster, sondern auch im Laden vorrätige Waren bestellt und angeliefert werden können.

3. Verkaufssystem nach Anspruch 1 bzw. Anspruch 1 in Kombination mit weiteren Ansprüchen, dadurch gekennzeichnet, daß auch aus Katalogen bestellt werden kann, wofür diese maschinenlesbare Barcode-Kennzeichnungen besitzen.

4. Verkaufssystem nach Anspruch 1 bzw. Anspruch 1 in Kombination mit weiteren Ansprüchen, dadurch gekennzeichnet, daß der Kunde beim Betreten des Laden ein kleines tragbares Gerät mit Barcode-Scanner, Tastatur, Anzeige, Stromversorgung, Speicher und eventuell weiterer Baugruppen erhält.

5. Verkaufssystem nach Anspruch 1 bzw. Anspruch 1 in Kombination mit weiteren Ansprüchen, dadurch gekennzeichnet, daß der Kunde für dieses tragbare Gerät einen angemessenen Pfand bezahlt.

6. Verkaufssystem nach Anspruch 1 bzw. Anspruch 1 in Kombination mit weiteren Ansprüchen, dadurch gekennzeichnet, daß Ausgabe und Rücknahme des tragbaren Gerätes manuell oder per Automat erfolgt.

7. Verkaufssystem nach Anspruch 1 bzw. Anspruch 1 in Kombination mit weiteren Ansprüchen, dadurch gekennzeichnet, daß nach der Bestellung, aber vor der Trennung von Terminal und tragbarem Gerät der Speicher des tragbaren Gerätes gelöscht wird.

8. Verkaufssystem nach Anspruch 1 bzw. Anspruch 1 in Kombination mit weiteren Ansprüchen, dadurch gekennzeichnet, daß das tragbare Gerät durch seine Konstruktion und Materialauswahl Fallhöhen bis ca. 2m unbeschadet übersteht. Das Gehäuse besteht in einer Ausführungsvariante aus elastischem Kunststoff, der den Aufprall beim Fall des Gerätes dämpft. Die Solarzelle, die Anzeige, die Tastatur und der Anschluß für das Terminal liegen etwas vertieft im Gehäuse, so daß beim Aufprall auf den Fußboden in keinem Fall ein direkter Kontakt zwischen Komponente und Fußboden möglich ist. Die Komponenten und die Leiterplatte (n) sind stoßfest konzipiert (z. B. SMD-Technik).

9. Verkaufssystem nach Anspruch 1 bzw. Anspruch 1 in Kombination mit weiteren Ansprüchen, dadurch gekennzeichnet, daß die Stromversorgung des tragbaren Gerätes durch einen Akkumulator erfolgt, der im Ausgaberaum bzw. in der Ausgabebox kontaktfrei (magnetisches Wechselfeld) aufgeladen bzw. erhaltungsgeladen wird.

10. Verkaufssystem nach Anspruch 1 bzw. Anspruch 1 in Kombination mit weiteren Ansprüchen, dadurch gekennzeichnet, daß das Terminal über Internet, Intranet, ISDN- bzw. Telefonleitungen, Mobilfunk oder sonstige Datenübermittlungsleitungen mit dem Versandlager verbunden ist.

11. Verkaufssystem nach Anspruch 1 bzw. Anspruch 1 in Kombination mit weiteren Ansprüchen, dadurch gekennzeichnet, daß das Terminal in einer Ausführungsvariante über einen Online-Anschluß zur Prüfung der Scheck- bzw. Kreditkarten verfügt (Sperrung, Guthaben). Gesperrte Karten werden eingezogen.

12. Verkaufssystem nach Anspruch 1 bzw. Anspruch 1 in Kombination mit weiteren Ansprüchen, insbesondere mit Anspruch 10, dadurch gekennzeichnet, daß bei unzureichendem Guthaben auf der Geldkarte bzw. dem Konto eine Information des Kunden erfolgt und dieser aufgefordert wird, seine Bestellung zu korrigieren bzw. zu stornieren.

13. Verkaufssystem nach Anspruch 1 bzw. Anspruch 1 in Kombination mit weiteren Ansprüchen, dadurch gekennzeichnet, daß in einer Ausführungsvariante Produktrecherchen über das Terminal durchgeführt werden können, wobei auf einen Datenträger, z. B. CD-Rom oder über Online auf eine zentrale Datenbank zurückgegriffen werden kann.

14. Verkaufssystem nach Anspruch 1 bzw. Anspruch 1 in Kombination mit weiteren Ansprüchen, dadurch gekennzeichnet, daß in einer Ausführungsvariante des Terminals bzw. des Verkaufssystems der Kunde Produktwünsche und Hinweise und Kritik eingeben kann.

15. Verkaufssystem nach Anspruch 1 bzw. Anspruch 1 in Kombination mit weiteren Ansprüchen, dadurch gekennzeichnet, daß in einer Ausführungsvariante Kun-

den mit speziellen Kundenkarten (Magnet- oder Chipkarte) einen Treue-Rabatt erhalten.

16. Verkaufssystem nach Anspruch 1 bzw. Anspruch 1 in Kombination mit weiteren Ansprüchen, dadurch gekennzeichnet, daß in einer Ausführungsvariante ab einer festgelegten Kaufsumme ein Mengenrabatt gewährt wird.

17. Verkaufssystem nach Anspruch 1 bzw. Anspruch 1 in Kombination mit weiteren Ansprüchen, dadurch gekennzeichnet, daß in einer Ausführungsvariante des Terminals ab einer festgelegten Kaufsumme ein Chip bzw. eine Magnetkarte ausgegeben wird, der die Kosten für ein angeschlossenes Parkhaus bzw. Parkplatz in Höhe einer angemessenen Parkgebühr bzw. Parkzeit übernimmt oder einen Fahrschein des ÖPNV ausgibt.

18. Verkaufssystem nach Anspruch 1 bzw. Anspruch 1 in Kombination mit weiteren Ansprüchen, dadurch gekennzeichnet, daß in einer Ausführungsvariante des Terminals eine interaktive Kommunikation mit einer Zentrale bzw. einer Datenbank möglich ist.

19. Verkaufssystem nach Anspruch 1 bzw. Anspruch 1 in Kombination mit weiteren Ansprüchen, dadurch gekennzeichnet, daß in einer Ausführungsvariante des Terminals bis zu einer festgelegten Kaufsumme bei Scheck- bzw. Kreditkarten auf eine Kontenprüfung zur Zeitersparung bzw. bei Ausfall der Online-Verbindung verzichtet werden kann. Zur Legitimierung der Bestellung kann statt der bisher üblichen Unterschrift unter eine Erklärung zur Zahlungsfähigkeit eine diesbezügliche Abfrage mit Bestätigungsaufforderung auf dem Terminal erfolgen.

20. Verkaufssystem nach Anspruch 1 bzw. Anspruch 1 in Kombination mit weiteren Ansprüchen, dadurch gekennzeichnet, daß in einer Ausführungsvariante des Terminals für kostenintensive Produkte bzw. hohe Rechnungen zur Legitimation der Bestellungen ein System zur "individuellen Unterschrift" durch Unterschrift auf Touch, per Fingerabdruck, Netzhaut- bzw. Irisidentifikation, zum Lesen des Personalausweises oder entsprechendes vorhanden ist.

21. Verkaufssystem nach Anspruch 1 bzw. Anspruch 1 in Kombination mit weiteren Ansprüchen, dadurch gekennzeichnet, daß in einer Ausführungsvariante der Einzelhändler die Waren nicht mehr im Großhandel kauft, sondern als selbständiger Verkaufs- bzw. Handelsmittler mit Provisionsanspruch in Erscheinung tritt.

- Leerseite -

THIS PAGE BLANK (USPTO)